

GSMA MWC2013レポート～キャリアのコア事業とその周辺事業の行方

執筆者 KDDI総研 調査1部 海外市場・政策G 研究主査 沖 賢太郎

🕒 記事のポイント

サマリー

本レポートでは、通信コア領域の動向として「NW API」「RCS joyn」「対OTTにおけるキャリアのスタンス」を、通信周辺領域の動向として「コネクテッドカー（車）」「mHealth（ヘルスケア）」を取り上げた。

「NW API開放」はそれ自体決して新しい発想ではないが、実際にここ数年でAPI活用による新たなビジネス機会創出に向けた動きが確実に増えつつある。またapigee等APIを専門で扱うソフトベンダーも頭角を現し始めている。「RCS joyn」は徐々に進展を見せるも、市場を席卷するOTTに対するポテンシャルは未知数。ここでも成功のためのキーは「RCS APIの開放による他産業との提携」であると言われる。「対OTTのスタンス」では、モバイルキャリアはOTTと（競争しつつも）協力を志向（独DT、英EE等）。OTTであるViberもモバイルキャリアとの協力姿勢を示すも、その背景・主旨はキャリアのそれとは大きく異なる印象。OTTに全てを持っていられる前にOTTとの協力を志向するキャリアと、キャリアに対して土管としての協力を求めその上での革新的サービスは自ら提供したいOTT、という構図。

今回は、過去のMWCの中でも最も「コネクテッドカー」の展示・セミナーが多い回となった。車両へのコネクティビティ搭載（GMによるLTE搭載車）や車載用インフォテインメントシステムの高度化（GM、Ford、インテル等）が進む。「mHealth」の状況には大きな進展がないという印象。各種課題（ビジネスモデルや技術標準の欠如等）においても、明確な解決策を見いだせておらず停滞感が漂う。

主な登場者

GSMA、AT&T、Deutsche Telekom、Orange、KT、SKT、EE、Vodafone、Jibe Mobile、apigee、GM、Ford、ルノー、Intel、カカオトーク、Viber、Coca Cola、L'Oreal、

キーワード

API、OTT、RCS、joyn、connected car、IVI、Infotainment、mHealth、

地 域 世界

Title	GSMA Mobile World Congress Report – Movement Within Operators' Core Business
Author	OKI, Kentaro Analyst, Foreign Market & Policy Group, KDDI Research Institute
Abstract	This report summarizes GSMA Mobile World Congress (MWC) 2013, highlighting market trends for core areas within the domain of traditional telecommunications services such 'Network API', 'RCS joyn' and "operators' stance against OTTs"; as well as discussing related areas such as "connected car" and "mHealth". Services' leveraging using a network API is no longer fresh concept. However, an ever-increasing number of companies are using network API to create business opportunities. In addition, API specialist companies, such as apigee, are emerging to take advantage of the opportunities before them. The potential for RCS joyn to effectively compete against OTT services is not yet fully clear, although it is making steady progress. It is widely considered that providing APIs to application developers will be the key to success for joyn. Operators widely acknowledge that they need to cooperate with, as well as compete with, third-party and OTT. Although OTT, such as 'Viber', also emphasize the importance of cooperation between operators and OTT, the company does not appear to envisage the same type of cooperative partnership as the operators. MWC 2013 had the highest number of connected car-related exhibitions and seminars amongst MWCs to date. Car connectivity and IVI (In-Vehicle Infotainment) are proving fertile grounds for development. On the other hand, mHealth hasn't seen a lot of progress. The problems are numerous and include, for example, the lack of a business model and stagnation of technical standards.
Keyword	API OTT RCS joyn connected car IVI Infotainment mHealth
Region	World

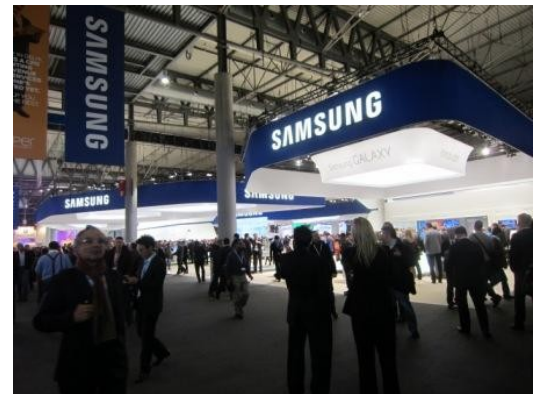
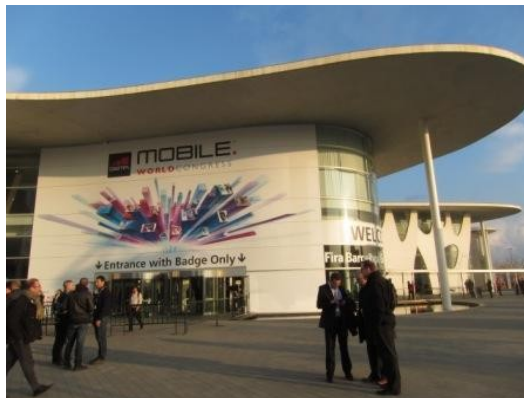
1 会合オーバービューと本レポートのフォーカスポイント

1-1 会合オーバービュー

GSMA MWC (Mobile World Congress) はGSMA[☞](^{脚注})が主催する世界最大のモバイル見本市である。今年のイベントは過去最大規模となり、世界各国のキャリアや各種ベンダー等によるブース出展数は1700社超、またその展示やカンファレンスを目当てに世界各国から72,000人超の参加者が集まった。

今年の主なポイントは、Firefox OSやTizenといった新しいOS、NFC (Near Field Communication)、ネットワーク API、OTT (Over The Top)、RCS (Rich Communication Suite)、コネクテッドカー及びクラウド等であった。

【図表 1】 GSMA MWC2013の会場 Fira Gran Via



出所：筆者撮影

1-2 本レポートのフォーカスポイント

本レポートではMWC2013の状況を以下の二つに分けてフォーカスする。

- ・通信コア領域の動向：従来からのコミュニケーション事業及びその関連の動向
- ・通信周辺領域の動向：通信産業とは別の産業でのモバイル技術の活用動向

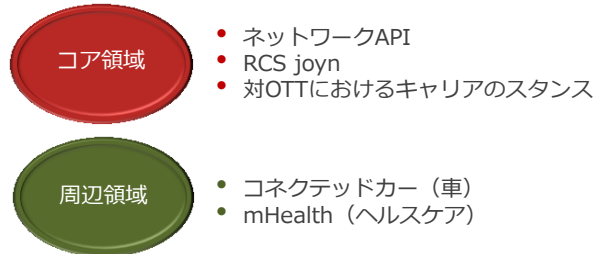
具体的には、【図表 2】に示す分野を取り上げる。コア領域における3つのトピック



[☞](脚注) **GSM Association** : 1995年に設立された世界最大の移動通信業界団体。本拠地は英ロンドン。GSMシステム向けの標準化や各種普及促進活動を行う。加盟企業は1,000社以上(約800のモバイルキャリアと約200のモバイル関連企業)。

クは互いに関係性の強い分野でもある。

【図表 2】本レポートのフォーカスポイント



なお、目玉の一つとなったFirefox OSやNFCの状況は、KDDI総研が発行する別レポート「[Mobile World Congress 2013レポート—Firefox OSなどオープン・プラットフォームの台頭とモバイル産業多極化への予感（小林雅一）](#)」をご参照頂きたい。

2 通信コア領域の動向「ネットワークAPIの開放」 ～じわじわと増えるネットワークAPIの活用

キャリアダムパイプ（土管）論が起こり始めた数年前以来、キャリアが生き残るための必要な手段の一つとして「ネットワークAPI^{☞(脚注)}の開放」は挙げられてきた。よって、ネットワークAPI開放という発想自体は決して目新しいものではない。しかし、このAPI活用による新たなビジネス機会創出へ向けた動きが確実に増えつつあるということを今回の会合で感じた。

GSMAのイニシアチブ「OneAPI」はモバイルキャリアのAPIを統一し、アプリ開発者に対するAPIのシングルポイントアクセスの提供を推進するものである。MWC2013では会合2日目に、ネットワークAPIに焦点を当てたセッション「OneAPI Developer Day」が開催され、会場が満員になるほどの注目を集めた。本項ではその模様を中心にレポートする。

【図表 3】OneAPI Developer Dayの開催



出所：筆者撮影



☞(脚注) **Application Program Interface**。アプリケーションから端末、OS、NW機能等を利用するための関数の集合。アプリ開発者はAPI活用により、容易にキャリアサービスと連携したアプリ開発が可能となる。

2-1 独Deutsche Telekomは自社APIをアプリ開発者向けに開放

Deutsche TelekomはAPIの開放及びSDK（Software Development Kit）の提供により、キャリアサービスを部分的にアプリ開発者へ提供している。OneAPI Developer Dayに登壇した同社Naren Karattup氏（Head of Cross Industry API's）によると、キャリアのネットワークAPIを介した機能はキャリアグレードの信頼性とセキュリティ性を担保できるという。同社が提供しているAPIや開発支援サービスの例を以下の通りだ。

○ネットワークAPIの例

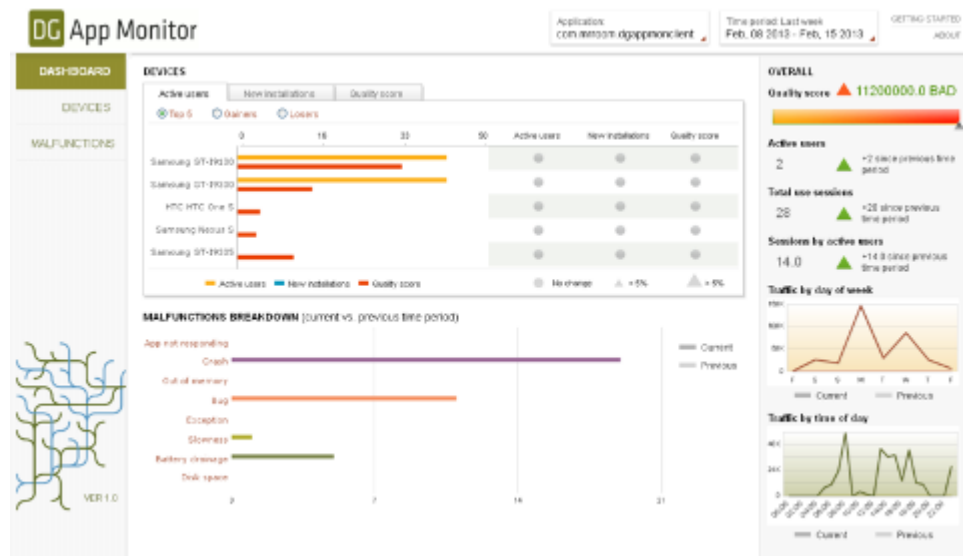
- ・ RCS（Rich Communication Suite）（詳細は後述）
- ・ ペイメント
- ・ オペレータID（認証）
- ・ IPロケーション
- ・ Scout24（パーソナライズドサービス）

○コミュニケーション系APIの例

- ・ SMS、MMS
- ・ 音声通話
- ・ 電話会議

また、同社は開発支援サービス「GD App Monitor」を合わせて提供している（【図表4】）。これはアプリ商用化後にアプリ開発者がウェブ経由でアプリ動作をモニタできるものであり、よりタイムリーなサービス改善を可能にするものである。ユーザーの利用実績の統計やOS別アプリパフォーマンス比較等も可能となっており、マーケティング的側面からのサポートも実施している。

【図表4】 DG App Monitorのダッシュボード～デバイス別パフォーマンス



出所：T-Mobile

2-2 APIを愛する米apigee

「OneAPIプロジェクトによりオペレータのAPIが統一化されたことでアプリ開発の効率は飛躍的に向上した」そう語るのはシリコンバレーのベンチャー企業**apigee**（アピジー）のBrian Mulloy氏である（【図表5】）。apigeeは、その名の通りAPI周辺に強みを持つソフトウェア会社であり、APIプラットフォーム（APIをアプリ開発者へ公開するためのプラットフォーム）をキャリア等に提供している。

【図表5】 apigeeのBrian Mulloy氏



出所：apigee

同氏によれば、APIによりキャリアA向けに作ったサービスをキャリアBやCにも簡単に提供可能となったという。この恩恵により、同社は、2週間に1つのペースでプロトタイプ開発を進めている。「例えば、apigeeのシェアサイクルのアプリは、米AT&T向けに開発したアプリだが、OneAPIに準拠した作りになっているため、ソースコードを少し変更することで、例えばドイツVodafone向けにも提供可能となる。この際に変更するコードは「課金通貨（\$⇒€）」、「課金キャリア（AT&T⇒Vodafone）」等のみである」Mulloy氏はそう解説するとともに、Vodafone向けに変更した完成版アプリを投影する（【図表6】）。

【図表6】 ドイツ向けに変更されたシェアサイクルアプリ



出所：apigee講演資料

講演参加者全員に配られた同社オリジナルステッカー（【図表7】）からは、同社の並々ならぬAPIへの情熱が感じられる。

【図表 7】 apigeeオリジナルステッカー「I love API s」



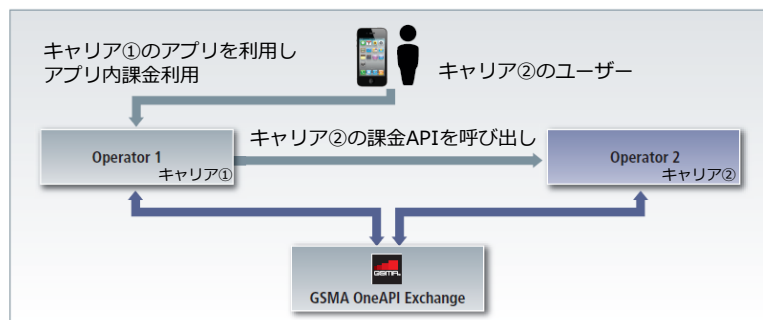
出所：筆者撮影

2-3 GSMAによるAPIの交換機「OneAPI Exchange」

OneAPIプログラムのチャレンジは続く。GSMAは会合初日に、新アーキテクチャ「OneAPI Exchange」の開始を発表した。これは、キャリア間でAPIに相互運用性を持たせるための「APIの交換機」のようなシステムであり、ユーザーに対するクロスキャリアなサービス提供がその主眼となっている。

例えば、あるキャリア①と②社がOneAPI Exchangeのプラットフォームを利用している場合、この2社間にはAPIの相互運用性が確保されるため、キャリア②の加入者はキャリア①向けに作られたアプリをダウンロードし利用することが可能となる。API相互運用の流れは以下ようになる。キャリア②の加入者が、そのアプリにてアプリ内課金を利用したとする。ここでOneAPI Exchangeは、キャリア②のアプリ内課金APIをバックエンドで呼び出し、その加入者の利用分をキャリア②のシステムに課金する（【図表 8】）。これがOneAPI Exchangeの基本思想である。

【図表 8】「OneAPI Exchange」の概念（課金APIでの例）



出所：GSMA

なお、前出のapigeeがこの「OneAPI Exchange」の開発ベンダーとなっている。また、既に米AT&T、独Deutsche Telekom、仏Orange、スペインTelefonica、英Vodafoneといった世界のキャリアがOneAPI Exchangeへの参加を表明している。

3 通信コア領域の動向「RCS joyn」 ～徐々に進展を見せるも、ポテンシャルは未知数

OTT（Over the Top）とは、WhatsApp、Skype、LINE、Viber等、国・キャリア関係なく通信網上・インターネット上でサービス提供をするプレーヤのことを指す。OTTの勢いはすさまじく、通話、メール、SMSといったこれまでのキャリアの事業領域を猛スピードで浸食している。調査会社Strategy Analyticsによると、2012年か

ら2017年にかけて、OTTメッセージアプリによる通信キャリアのメッセージ市場の収益損失は、30億ドル（約2800億円）を上回るという^④（出典）。

これらOTTへの対抗ともいえる動きがRCS (Rich Communication Suite) である。RCSは、GSMAが主導するイニシアチブであり、キャリア資産を活用したキャリア共通のリッチコミュニケーションサービスの実現によりOTTに対する競争力向上を目指している。

2012年の2月に、スペインのVodafoneが世界初となるRCSアプリ「joyn」をβ版として提供開始以来、世界9キャリアがjoynを提供している。joynは、平たく言うと、「キャリアが提供するメッセージ系OTTアプリ」であり、その大きな特徴として、キャリア間インターオペラビリティがあること、RCS機能のAPIが規定・公開されていること等がある。現在のjoynの機能には、複数人対応チャット、通話中のファイルシェア、通話中のライブ映像シェア等がある。

【図表 9】 joynのユーザーインターフェース



出所：tuexpertoapps.com

3-1 joyn提供キャリアがjoynをデモ

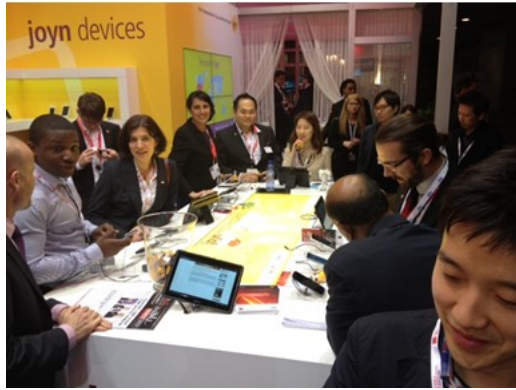
今回の会合でも、RCSブースにおいてjoynのデモが行われた（【図表 10 左】）。デモは、joynを商用提供中である韓国KT、米MetroPCS、スペインVodafone、Orange、Telefonicaの各社社員により行われた。その内容は、チャット機能や通話中のファイル送信といった基本的なものであるが、GSMAが力を入れている取り組みであるせいか、ブース訪問者はほとんど途絶えることがない。



④（出典） 「A LINE in the sand: How KakaoTalk and others messaging apps are destroying revenue」 (Strategy Analytics, 2013.2.12)

同ブースでは、米**Jibe Mobile**がjoyn上でプレイ可能なオンラインサッカーゲーム「Penalty Shootout」（ペナルティキック合戦）をデモ（【図表 1 0 右】）。リアルタイムかつ低遅延で利用できることがこのデモのポイントとなっている。

【図表 1 0】 joynのブース 左：joynのデモ 右：Jibe Mobileによるデモ



出所：左）GSMA 右）筆者撮影

3-2 カカオトークが独占する韓国市場でのjoyn

韓国市場ではカカオトーク等の影響により、2012年上半期のSMSトラフィックは2010年比で半減している（1人当たりの利用量は、603件/月（2010年）⇒347件/月（2012年上半期））。同ブースにて説明をされていた**KT**のJerry Kim氏（Manager, Platform Development Department）に、韓国市場におけるjoynやカカオトークの状況を聞いてみた。

「韓国においてカカオトークは強すぎるので、彼らとの競争は非常に困難です。**KT**含む韓国3キャリアは積極的にjoynのプロモーションを実施しています。現在のjoynはプロモーション色が強いので無料提供していますが、社内では有料化も検討しています。もしカカオトークという存在がなかったなら、joynは最初から有料で提供されていたでしょう。」

韓国ではモバイル加入者5,340万人（2012年6月）^{④（出典1）}に対してカカオユーザーが3,800万人（2012年7月）^{④（出典2）}と、その市場浸透率は高い。また、平均43分/日^{④（出典3）}というユーザー当たりのカカオトーク平均利用時間からは依存度の高さも伺える。既にカカオトークに定着したユーザーを再び振り向かせるためにjoynがどれだけ効力を持つかは今のところ未知数だ。同国**SK Telecom**は、ゲーム/SNS/コマ



④（出典1） [Informa World Cellular Information Service](#)（有料データベース）

④（出典2） [GigaOM 2012年7月6日](#)

④（出典3） [Korea Times 2012年12月23日](#)

ース/VoLTE/N-Screen/スマートTV等とjoynを連携させる計画であり、joynをオールIPサービスの中核に据える構えであるが、これも実際にどのような形態をとるかはまだ不明だ。

3-3 joynの将来展望、キーとなるのはAPIの活用

GSMAのSenior Director Attilio Zani氏によると、2013年内に計11か国22キャリアが、2014年内に22か国55キャリア（いずれも累積数）がjoynの導入をコミットしているという。また、現在のjoyn提供キャリアにおいては、2013年中にjoynをネイティブアプリとしてスマートフォンにプリインストールする計画であり、普及のための基盤整備を進める。

同氏によると、RCS成功のためにはサードパーティへのAPI開放が必須であるという。RCSのAPIをプラットフォームとし、その上で各種サービスが流通するという構図だろう。報道によれば、既に**カナダSummit Tech**等が他産業でのRCS APIの活用例を展示していたとのこと。Summit Techは、遠隔医療サービスの例として、医師と患者が通話しながらの関連データの送受信をRCS APIを介して実行する様子をデモしたとのことだ。このように少しずつではあるが、アプリ開発者のいくつかはRCS APIの活用によりアプリのケイパビリティ拡大を志向し始めている。

また、セッション「Rich Communication: Can you afford not to joyn?」では、Coca-ColaやL'Orealといった世界で商材を展開するコンシューマブランド企業が登壇。両社はマーケティングの観点から、世界中の顧客との統一化されたタッチポイントの必要性に言及。joynはそのための新たな手段になりうるという。

【図表 1 1】 左：Coca-ColaのTom Daly氏 右：L'Orealマーケティング担当者



出所：GSMA

4 通信コア領域の動向「対OTTのキャリアのスタンス」 ～OTTとの協力を志向するが、立場はOTT優勢

前出のOTTに対しどのようなスタンスをとっていくか、これは遅かれ早かれ全てのキャリアが決断を迫られる課題だろう。MWC2013においても、各国キャリアのCEO達による講演においてこのポイントへの言及がしばしば見られた。

4-1 モバイルキャリアはOTTとの協力を志向

キーノートセッション「Future of Communication」に登壇した**Deutsche Telekom**のCEO Rene Obermann氏は、OTTやサードパーティとは競争しつつも協力していく姿勢を見せた。同氏は「対OTTにおいて、キャリアはもっと賢くならなければならない。そのためには、キャリアコミュニティに閉じないオープンなサービス開発が必要である」と述べた。実際に同社はサービス革新を促進するために、中小規模のアプリ開発企業80社に出資をしている。「サードパーティに対してはキャリアのネットワークAPIを開放すべきである。そうすることで、結果的にキャリア網上のサービスはリッチになる。キャリアは自らを”Enabler”として考えるべきだ」と、現在の市場環境変化の中で必要なパラダイムシフトを解説。ただし、このような変身は、古い体質のキャリアにとっては非常に困難であるという点も付け加えている。

【図表 1 2】登壇するDeutsche Telekom CEO Rene Obermann氏



出所：会合紙Mobile World Daily

また英**EE**^④（脚注）のCEO Olaf Swantee氏も同様に、会期中に行われたMobile World Liveによるインタビューにおいて、OTTを含む3rdパーティとの提携により、これまでオペレータが志向してきた垂直統合モデルから水平モデルへのシフトの必要性について指摘している。この他、UAEのキャリアである**Etisalat**のCEO Ahmad Julra氏も同じくOTTと協力していく姿勢である。



④（脚注） 旧称Everything Everywhere。2010年4月、英T-Mobileと英Orangeの事業統合により設立された英最大のモバイルキャリア。

【図表 1 3】 Mobile World Liveのインタビューに答えるEEのCEO Swantee氏



出所：Mobile World Live

パートナーシップの重要性を説くキャリアの姿を目にするのは決して今年が初めてではない。これはキャリア土管論が出始めたところからの傾向である。当時、キャリアがパートナーシップを志向し始める背景にあったものは、Google、Apple、Amazon、Twitter及びFacebookといった企業の脅威だろう。ところがこの1~2年においては、メッセージアプリ系OTTの脅威が加わったことで、よりキャリアは変革を迫られるようになった、そういう印象である。

4-2 OTTもキャリアとの協力姿勢を見せるが、キャリアに求める役割は「土管」

一方、OTTはどのように考えているのか。キーノートセッション「Future of Communication」に登壇したViber[㊦]（脚注） CEO Talmon Marco氏のスピーチから、OTTの本音を垣間見ることができた。

【図表 1 5】 登壇するViber CEO Talmon Marco氏



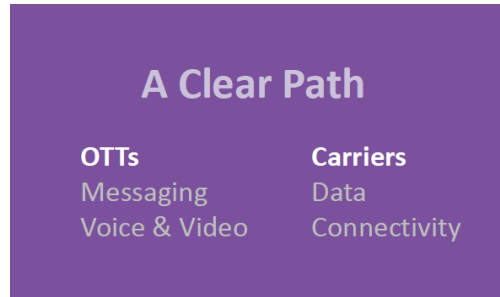
出所：Mobile World Live

「ユーザーが望むものは革新的サービスであり、インターオペラビリティではない（joynを揶揄）。キャリアは、他キャリアとのインターオペラビリティ交渉にリソースをとられるため、スピーディに革新的サービスを生み出すには不利な立場にある」と指摘した上で、Marco氏はOTTとキャリアの協力形態を提案（【図表 1 4】）。



㊦（脚注） 無料メッセージング及びVoIPサービスを提供するOTT。現在、世界に1.7億人のユーザーを持つ。本社はキプロス、開発拠点はベラルーシ。

【図表 1 4】 ViberによるOTTとキャリアの提携案



出所：Viber講演資料

「革新的サービスはOTTが提供し、キャリアは通信部分を提供する」というものだ。Marco氏は「キャリアはOTTと協力すべきである。協力によりNW上でのOTTサービス品質を向上させられるだけでなく、キャリアサービスとの融合サービスも可能である。既にオペレータ数社と融合サービスを検討中であり、年内になんらかのサービスリリースができるだろう」と一応の協力姿勢を示す。なお、キャリア主導のjoynについては「全く面白いものではなく、将来性もない」と一蹴している。

OTTがキャリアとの協力を志向しているのは本心だろう。OTTのメッセージングサービスはそれ自体が無料であることから、サービスをどうマネタイズするか？という課題は常についてまわる。乱立ぎみなOTTアプリそれぞれが課金のためにクレジットカード登録をユーザーに課すのは現実的ではない。OTTとしてもキャリア課金は魅力的であるはずだ。

構図としては、「全てをOTTに全て持っていかれる前にOTTと協力せざるを得ない」キャリアと、「キャリアは（土管として）OTTに協力してほしい、そうすればキャリアにもメリットがある」と強気なOTT。ただし、先述の通りOTTがキャリアとの協力を望んでいるのは事実と思われる。

5 周辺領域の動向「コネクテッドカー」 ～車両へのLTE搭載、車載システム高度化が進む

MWC2013は、過去のMWCの中でも最も車関連の展示・セミナーが多い回となった。車メーカー各社は、車両へのコネクティビティ搭載や車載用インフォテインメント（IVI）^{④（脚注）}の高度化を進める。



④（脚注） 車載用インフォテインメント（In Vehicle Infotainment）：エンターテインメントサービスとインフォメーションサービスを統合した車載システム

5-1 GMは車載システム「Onstar」にLTE搭載を発表

キーノートセッション「Vertical Disruption」に登壇した米GMのVice Chairman Steve Girsky氏は、「車の中に顧客のデジタルライフを持込むこと」をビジョンとして掲げる。同氏によると、車内テクノロジーは、顧客が車を購入する際に最も重視する項目の一つとなっているという。

【図表16】 GM Steve Girsky氏



出所：筆者撮影

IVIで提供すべきサービスとして、車内エンターテインメント、車両の状態管理、車両の遠隔診断、救急サービス等をあげた。また、それらを提供するための基盤として、GM傘下のブランド全てにLTEを搭載する計画を発表した（【図表17】）。車メーカーによるここまで具体的なLTE搭載計画の発表は初めてだろう。同氏によると、北米においては、2014年よりシボレー、GMC、キャデラック等でのLTE搭載車の発売が開始となる（同エリアでのLTE網の提供は米AT&T）。また欧州においても、オペル、シボレー等のブランドを皮切りにLTE搭載車を発売していく計画である。

【図表17】 GM傘下のブランドへLTEを搭載する方針



出所：GM講演資料

展示会場では、GSMAの特設ブース「Connected City」において、GMがLTE搭載車のコンセプトモデルを展示（【図表18】）するとともに、その横のスペースでは前出のGM Vice Chairman、AT&T CEO及びAT&T MobilityのCEOが小規模なトップセッションを開催（【図表19】）。本分野における両社の注力度がうかがえる。

【図表 1 8】 GMによるLTE搭載車の展示



出所：筆者撮影

【図表 1 9】 GMとAT&Tのトップセッション
(左の男性からGM Vice Chairman、AT&T Mobility CEO、AT&T CEO)



出所：筆者撮影

5-2 進化するエン터테인먼트

米**Ford**は自社IVI「Sync」の音声認識機能をデモ。声により電話の発信、ラジオの選局等の操作ができるというものだ。

【図表 2 0】 Fordのブース



出所：筆者撮影

【図表 2 1】 syncのデモ



出所：筆者撮影

仏ルノーは、実車の展示はなかったものの、セミナーにてアンドロイドベースの自社IVI「R-Link」を紹介。ドライブ環境に合わせた50以上の独自アプリを揃えており、専用アプリストア「R-Link Store」にて販売している。フランス国内においては、Orangeの通信回線を利用。また、I搭乗者のスマートフォンの通信機能をIVIの接続タビビティとして利用するパターンも試験中とのことだ。

【図表 2 2】 ルノーが提供する独自アプリの例



出所：ルノー

この他、Intelや富士通のブースではHTML5ベースのIVIが出展された。HTML5を利用するメリットとしては、アプリ開発の柔軟化等が考えられる。

【図表 2 3】 左：富士通による展示 右：Intelによる展示

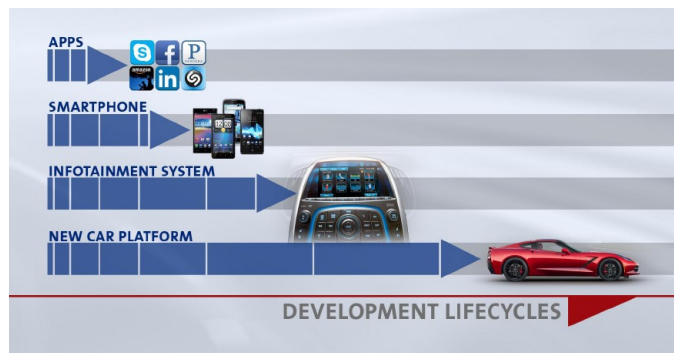


出所：RBB Today

5-3 最大の課題の一つは車とIVIのライフサイクルの違い

車関連のセッションでは必ずといってよい程、コネクテッドカーにおける大きな課題である「車両とIVIのライフサイクルの違い」に話が及ぶ。前出のGM Steve Girsky氏も、キーノートセッションにおいて「ライフサイクルが長い車両に対してIVIのそれは短い（【図表24】）。GMは「システムアップデート等により、顧客が（車両を買い替えなくとも）常に最新のIVIを使えるようなアプローチをとる」と課題に対するコミットメントを表明。さらに同社は、IVIのAPIをサードパーティに対して公開しており、車内アプリを拡充していく構えも見せている。

【図表24】車両と車載システム（IVI）のライフサイクルの違い



出所：GM講演資料

6 通信周辺領域の動向「モバイルヘルス（mHealth）」 ～「停滞」の中で緩やかに進むシンプルなmHealth

mHealthとは、モバイル技術を活用した医療・ヘルスケアサービスを意味する。先進市場では過度に増大する医療費を抑制するものとして、新興市場では医療ライフラインとして数年前より期待が集まる有望分野である。しかし一方で非常に課題が多い分野としても知られる。

MWC2013におけるmHealthの状況は、MWC2011の時点から大きな進展がない、というのが率直な感想である。mHealthにおける各種課題（ビジネスモデルや技術標準の欠如、クロスセクターなパートナーシップ等）に対しても、明確な解決策を見いだせていない状況であり、MWC2011で議論されていた内容とほぼ全く同じ内容が今回も繰り返されている。停滞する状況を危惧してか、WHO、ITU、GSMAは、慢性疾患やガンなどの非伝染病（non Communicable Disease）に対するmHealthサービスの普及に向け提携を始めたが、状況を大きく変えられるかどうかは疑問である。

前進が見られたものとしては、新興市場におけるシンプルなmHealthサービスであった。SMSを用いたユーザーのヘルスケアに関する知識の向上や電話自動応答システムを使ったケアワーカーの育成サービス等、いずれもヘルスケアにおける「予防」や「教育」といった、規制が付きまといやすいフェーズのサービスである。

6-1 mHealthの現状は「停滞」

「mHealthの事業性を担保する明確な証拠はまだ存在しない。故に、企業の投資額も決して多くは無く、限定的な資金でできるのは短期的なトライアルくらのものである」。ITUのHani Eskandar氏はmHealthの現状をこう語る。また以前よりmHealth最大の課題とされている「ビジネスモデルの確立」については、「様々なプレーヤをmHealthに巻き込むためのインセンティブが存在しない。企業の中には、mHealthによって、コスト削減どころかかえってコストアップしてしまうのでは、という懸念の声さえある」と言う。現状を打破するために必要な事として列挙されるおなじみのアクションアイテム（産業を超えた提携、ビジネスモデルの確立、技術の標準化等）からは停滞感を感じざるを得ない。

6-2 新興市場でゆっくりと広がるシンプルなmHealthサービス

英BBC Media Actionは、医療インフラが整わないインドビハール州においてシンプルなmHealthサービスの普及を進めている。同社が提供するサービスは、電話の音声自動応答サービスを使ったケアワーカーの医療リテラシー向上プログラム「Mobile Academy」である。Mobile Academyを通じて、新興市場で問題となっている妊産婦や幼児の死亡を低減させる狙いだ（妊産婦の死亡の99%は新興市場で発生）。2012年5月にサービス開始し、これまでに2.2万人が利用している。

【図表 2 5】 Mobile Academy概要

Mobile Academy

Use IVR technology that is handset independent, audio-based and accessed via a simple voice call to train Bihar's 200,000 community health workers to deliver life-saving information to millions of families

- Mobile Academy is a training course on maternal and child health
- Covers 33 months - from pregnancy until the child is 2 years of age
- Designed to expand CHWs' knowledge of life saving preventative health behaviour and enhance their communication skills
- Divided into chapters, lessons and quizzes
- Accumulative pass/fail score
- Printed certificate for all those who pass



出所：BBC Media Action講演資料

利用料金は0.5ルピー（約0.85円）/分と、通常の電話自動応答サービス料金と比べると80%以上も格安な設定である（全コース受講の費用総額も80ルピー（約140円）程度）。収益モデルは、モバイルキャリアとBBCがレベニューシェアする形態をとっている（国内キャリア5社と提携：Bharti Airtel, Reliance, TATA, Vodafone等）。

順調に見える本サービスもやはり課題は山積みのようだ。BBC Media ActionのSara Chamberlain氏は「売上の50%以上が税金として取られてしまう。残った中から収益配分し、ビジネスを継続していくのは簡単ではない」と事業の難しさを強調。また、近視眼的に利益を追求するモバイルキャリアの性質に対し、mHealthは長期的視点が必要な分野であることを付け加え講演を終えた。

オランダの**Text to Change**は、テキスト（SMS）を使った**mHealth**サービスの展開を進める。ヘルスケアに関するクイズをテキスト（SMS）で提供し、健康に関する正しい理解を促進している。例えば下記のようなSMSがユーザーに送られる。

例) 健康そうに見える人はHIV患者ではない

- ・ Yes
- ・ No

正解はもちろん「No」であるが、アフリカ地域のユーザーにおけるこの問題の正解率はわずか20%程度だという。

同社は17か国で各種SMSサービスを展開しており、これまで送受信されたSMSの総数は830万通にも上るといふ。同社Arjen Swank氏も、提携の重要性、ビジネスモデル確立の必要性を説き講演を締めくくった。

📖 執筆者コメント

通信コア領域においては、「APIの活用」というキーワードが共通。キャリア資産を軸とした事業領域拡大の意向が継続して見られる。また、これまでのMWCにおいてはCoca ColaやL'Orealといったグローバルコンシューマブランド企業が登場することはあまりなかった。API等のモバイル資産活用による本格的なマーケティングの可能性が構想から現実のものへと変化しつつあるのだろう。これも新しいトレンドの一つと言える。

OTTへの対抗策としてRCS joynを進めつつ、一方ではOTTとの協力姿勢を見せるキャリア、どっちつかずに見える現状は複雑な状況にあることの裏返しであることが分かる。競争と協力のバランスには当然国ごとに濃淡がある。欧州キャリアはjoyn展開では他リージョンのキャリアより一歩進む。また同時にOTTとの協力姿勢も見せている。これに対し韓国キャリアはjoynへの注力するものの、OTTとの協力する意向は今のところ全く見せない。来年のMWCが開催される頃には、世界のリージョンごとにこのバランスは更にはっきりしてくるものと思われる。

周辺領域（通信産業から見た周辺産業）の中では、コネクテッドカーが一歩進んでいる。キャリアに加え車産業側のプレーヤも非常に積極的であることが大きな要因の一つと思われる。mHealthにおいては、規制の問題やビジネスモデルが無いことにより、キャリアも医療産業側のプレーヤも、コネクテッドカーで見られるような強く踏み込んだコミットメントに至っていない状況。

📖 出展・参考文献

- ・ GSMA MWC2013各社発表資料、GSMA MWC Mobile World Daily
- ・ 各社ホームページ

【執筆者プロフィール】

氏名：沖 賢太郎（おき けんたろう）

所属：調査1部 海外市場・政策グループ

専門分野：欧州における情報通信制度・政策及び世界のモバイル市場に関する調査、
分析